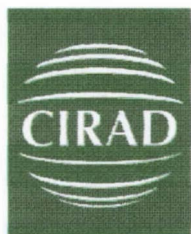


PRODEFRUD



La comercialización de las frutas dominicanas sobre los mercados a través de la certificación orgánica



EMONET-DENAND Virginie
INA P-G

Santo Domingo, RD
Abril 2004

Indice

<u>Agradecimientos</u>	4
<u>Introducción</u>	5
<u>1. Contexto mundial del mercado de las frutas tropicales orgánicas</u>	7
<i><u>1.1. Tendencias del mercado orgánico</u></i>	8
<i><u>1.2. Tres mercados principales para la agricultura orgánica</u></i>	9
<i><u>1.3. Los guineos orgánicos</u></i>	10
1.3.1. Las exportaciones	11
1.3.2. Mercado de destino	11
1.3.3. Precios	12
<i><u>1.4. La piña orgánica</u></i>	12
1.4.1. Oferta mundial	12
1.4.2. Importaciones mundiales	13
1.4.3. Precios	13
<i><u>1.5. Mango orgánico</u></i>	14
1.5.1. Países exportadores	14
1.5.2. Tendencias del mercado	14
<u>2. La certificación orgánica en Republica Dominicana para la comercialización de las frutas</u>	15
<i><u>2.1. Estándares para la producción orgánica</u></i>	15
2.1.1. Estándares internacionales	15
2.1.2. Reglamentos nacionales o supranacionales	15
2.1.3. Marcas orgánicas comerciales	17
<i><u>2.2. El príncipe de la certificación orgánica</u></i>	18
2.2.1. Acreditación de los certificadores	18
2.2.2. Los certificadores en Republica Dominicana	19
2.2.3. Importancia comercial del sello orgánico: el caso Europeo	20

<u>2.3. Requisitos para la comercialización de los productos orgánicos</u>	21
2.3.1. Sobre los mercados internacionales	21
2.3.2. Sobre el mercado nacional dominicano	26
<u>2.4. Organización del sector institucional orgánico dominicano</u>	27
2.4.1. Implementación del Reglamento Orgánico Nacional	27
2.4.2. Algunos organismos/asociaciones/instituciones involucrados en el sector orgánico de los frutales en RD	29
<u>3. El mercado dominicano de las frutas orgánica</u>	30
<u>3.1. Comercialización de los productos sobre el mercado local</u>	30
<u>3.2. El sector bananero</u>	31
3.2.1. Zonas y organización de la producción	31
3.2.2. Las exportaciones de guineos	32
<u>3.3. Áreas certificadas y zonas de producción de otras frutas</u>	34
<u>3.4. Exportación de las frutas orgánicas</u>	36
3.4.1. Exportaciones mango orgánico	36
3.4.2. Exportaciones de piña fresca orgánica	37
3.4.3. Exportaciones de lima persa	39
3.4.4. Exportaciones de lechosa	40
<u>3.5. Los exportadores</u>	40
<u>Conclusiones</u>	41

Agradecimientos

Quiero agradecer a:

- Primero el Dr. Rafael Ortiz Quezada y su hijo, Ariel, por permitirme realizar esta pasantía en la Republica Dominicana.
- PRODEFERUD y su Director Ejecutivo Victor Valerio por su acogida
- Dr. Thierry Goguet del CIRAD por su apoyo diario y por haberme dado su confianza.
- Sra Caridad Nolasco, Sr. Iván Ruiz, Sr Victor Lendoff y Daniel Rodríguez del PRODEFERUD, Sr. Luis O. Hernández del CEI-RD, Sr. Gabino Vega y Sr. Cristomo Medina del CEDAF, Sr. Modesto Reyes del IDIAF, Sr. Franz Augstburger de IMO Caribe, Ulrich Findel de BCS-OKO-Garantie, Sr. Gregory Delourme de SAVID.SA, Sra. Ivonne García y Sr. Juan Arthur de la SEA, Sr. Gustavo Fiorentino, Sr. Rigoberto Díaz Gonzáles, Sr. Rafael Leger y Sr Faust de la JAD, Sra Marsha Krigsvold de CHEMONICS por sus ayudas en la búsqueda de datos y sus simpatías.
- De manera general, a todo el personal del Consejo Nacional de Investigaciones Agropecuarias y Forestales (CONIAF) por su gentileza, su amabilidad y su ayuda.
- Sr. Jerome Domenge , estudiante del INA P-G por haberme ofrecer la oportunidad de seguir su trabajo
- A todas las personas que de una forma u otra me brindaron sus apoyos.

INTRODUCCION

Esta pasantía se inscribe a dentro de un convenio firmado entre el Instituto Nacional Agronómica de Paris-Grignon (INA P-G), escuela francesa que capacita ingeniero agrónomo, y el Consejo Nacional de Investigaciones Agropecuarias y Forestales (CONIAF), organismo dominicano encargado de la definición de las políticas nacionales de investigaciones agropecuarias y forestales.

La pasantía se desarrolló a partir del 22 de octubre del 2003 hasta el 30 de abril del 2004 en Santo Domingo, República Dominicana, sobre el tema de la comercialización de las frutas, tratando de diseñar perspectivas que puedan contribuir a mejorar la valoración de las frutas dominicanas tanto en el mercado internacional como en el mercado interno. En este sentido, la diferenciación de los productos a través la certificación orgánica fue el enfoque mayor de esta pasantía.

Los gastos de la pasantía fueron sufragados por el CONIAF. PRODEFUD (Programa de Desarrollo de la Fruticultura Dominicana), programa especial de la Secretaria de Agricultura, fue el centro de ayuda y el CIRAD (Centro de Cooperación Internacional en Investigaciones Agropecuarias para el Desarrollo) se atendió del encuadramiento a través su representante en la República Dominicana, el Doctor Thierry Goguet.

El trabajo realizado forma parte del diseño de un proyecto nacional de desarrollo de la fruticultura dominicana debido al interés esencial que representa la argumentación económica en la elaboración de propuestas destinadas a ser presentadas ante a donantes. En este sentido va a enriquecer la reflexión del “*grupo de frutales*” que esta trabajando, a bajo del sombrero del convenio firmado entre el CEDAF (Centro para el Desarrollo Agropecuario y Forestal), el IDIAF (Instituto Dominicano de Investigaciones Agropecuarias y Forestales) y PRODEFUD, sobre dos ejes:

- Mejoramiento de la calidad al campo
- Valoración de las frutas en post cosecha

En continuación a los estudios precedentes realizados sobre el tema de la comercialización de las frutas iniciados por el estudiante Jerome Domenge, este estudio trate de diseñar perspectivas que puedan contribuir a mejorar la valoración de las frutas dominicanas tanto en el mercado internacional como en el mercado interno. En este sentido, este estudio es focalizado sobre un aspecto de la valorización de las frutas dominicanas sobre los mercados: **la certificación orgánica**.

La Republica Dominicana, como muchos países, está buscando a diferenciar sus productos en fin de ofrecer una calidad siempre más grande en acuerdo con las nuevas esperanzas de los consumidores: inocuidad, confiabilidad, respeto del entorno y preocupaciones sociales. En este contexto, el fortalecimiento y el desarrollo del sector orgánico dominicano aparece como una evidencia para mejorar la competitividad del país sobre los mercados de las frutas.

El país ya tiene una experiencia considerable en la agricultura orgánica ya que en el 2002 fuera el primer exportador mundial de guineos orgánicos con 60,000 toneladas exportadas: pero el éxito dominicano se ha limitado al sector bananero. Entonces, dando las ventajas comparativas de la Republica Dominicana en la producción de frutas, se puede contemplar ampliar considerablemente el éxito que ya tiene en la producción, certificación y comercialización de los guineos a las otras frutas tropicales.

El documento realizado tiene por objetivo analizar el ámbito internacional económico de las frutas tropicales orgánicas, estudiar el príncipe de la certificación orgánica -normas, reglamentos y proceso-, afinar los conocimientos sobre los sellos de calidad y sus ejes de aplicación y por fin establecer un panorama de lo que existe en Republica Dominicana.

Asimismo, han sobresalido las debilidades y las fuerzas de la fruticultura orgánica del país, así que las oportunidades de mercado, informaciones esenciales antes de incentivar cualquiera acción de desarrollo del sector.

1. Contexto mundial del mercado de las frutas tropicales orgánicas

Hacer una evaluación del sector orgánico de las frutas tropicales es un trabajo difícil debido a la falta de sistema de estadísticas oficial tanto al nivel internacional como nacional. Las informaciones que siguen son basadas en estimaciones de instituciones internacionales, de ONG involucradas en el sector, de centros de estudios de mercados o de empresas certificadoras.

1.1 Tendencias del mercado orgánico

El mercado orgánico ha conocido estos últimos años un alto crecimiento. Se estima que las ventas totales mundiales de alimentos y bebidas orgánicos pasaron de \$US 11 mil millones en el 1997 a \$US 20 mil millones en el 2001 registrando una tasa promedio de crecimiento anual de 20 %. De 2001 a 2003, se observó una disminución del crecimiento de las ventas en los países desarrollados, mayores consumidores y productores de productos derivados de la agricultura orgánica. Alcanzaron 24 mil millones de dólares o sea una tasa promedio de crecimiento anual de 10%.

Dentro del sector orgánico, las frutas y verduras representan, del 15% al 30% según el país del total de las ventas. Este sector conoció el mayor crecimiento al fin de los años noventa con tasas hasta 30% de crecimiento promedio anual. Estas tasas se han disminuido en los principales mercados de exportación para las frutas y hortalizas domesticas debido a un aumento significativo de la producción local. Sin embargo, existe todavía una fuerte demanda insatisfecha en el caso de frutas y verduras frescas de contra-temporada y tropicales, tan en orgánico como en convencional.

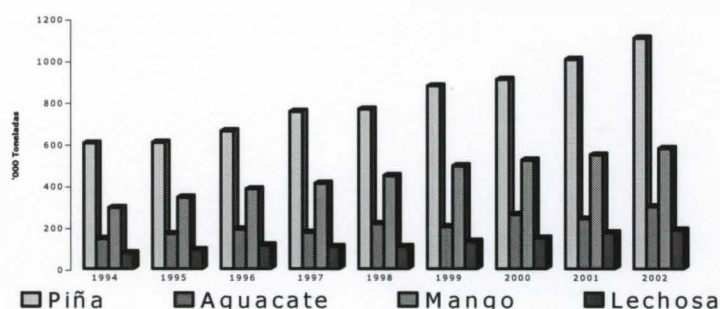
En el caso de las frutas tropicales mayores (mango, piña, aguacate, lechosa,...), el sector orgánico es todavía muy recién. No representa más del 0.5% al 1% de los intercambios internacionales de frutas tropicales. La oferta se reparte entre los países de América latina, África y Asia cuya producción se dedica sólo a la exportación por falta de mercado interno. La totalidad de la demanda se concentra en Europa, América del Norte y Japón.

Asimismo, juntando el consumo creciente de frutas tropicales y el auge del sector orgánico estos últimos años, se puede contemplar un futuro prometido para las exportaciones de frutas tropicales orgánicas de los países del Sur. Por supuesto, el desarrollo exitoso de este rubro supone el conocimiento perfecto de los marcos legislativos y normativos de los países de ingreso, así que la identificación prealable de los mercados potenciales.

ALGUNOS DATOS GENERALES SOBRE EL COMERCIO CONVENCIONAL DE LAS FRUTAS

El comercio de frutas tropicales conoció en los cinco últimos años un dinamismo marcado con tasas de crecimiento anuales promedias dentro de las más elevadas de las frutas.

Importaciones mundiales de algunas frutas tropicales



Fuente: FAO
2003

• Oferta:

De manera general, las piñas representaron la mitad de las importaciones mundiales seguidas por los mangos con el 26%, los aguacates con el 14% y las lechosas con el 10%. Los mayores exportadores de primer mano para el 2002 se encontraron dentro de los países ACP:

- Costa Rica lidera para la piña con 300,500 toneladas en el 2000
- México lidera para el mango con 207,000 toneladas en el 2000, la lechosa con 75,000 toneladas y el aguacate con 71,500 toneladas

• Demanda:

La UE. y los EE.UU. quedaron los principales mercados de importaciones concentrando el 76% de la demanda mundial en el 2002. (Fuente: FAO 2003)

	Importaciones 1997 (000 T)	Importaciones 2002 (000 T)	Crecimiento promedio anual	Mercados de destino		
				Europa	US/Canadá	Japón/NZ
Piña	745,7	1106,9	7.9%	36.5%	41%	11%
Aguacate	173.8	297.5	11.8%	41%	45%	8.4%
Mango	409.9	578.1	7%	24%	49%	-
Lechosa	106.8	186.1	12%	14%	51%	-

• Oportunidades de mercado:

EE.UU.:

- Aumento del consumo de frutas frescas, conciencia por el problema de obesidad, campaña "5 a days"
- Crecimiento de la población hispano-asiática como de su poder adquisitivo
- Crecimiento de nichos (orgánico)
- Búsqueda de nuevos sabores y productos exóticos sobre el mercado institucional
- Valor agregado con el procesamiento

UE.:

- Diversificación del consumo de fruta hacia sabores tropicales
- Ausencia de producción interna
- Búsqueda de comida saludable, inocuidad, conciencia ambiental y social (orgánico y sellos)
- Gran diversidad de sellos de calidad

1.2. Tres mercados principales para la agricultura orgánica

Como se lo ha mencionado más allá, los mayores sector de exportación para la agricultura orgánica son los tres mercados principales: Europea, Estados Unidos / Canadá y Japón.

Tabla 1: Evolución de las ventas de productos orgánicos sobre los principales mercados

Mercado	Ventas alimentos orgánicos 2003 (millón US\$)	% ventas totales de alimentos	Crecimiento promedio estimado (%) 2003-2005
Alemania	2,800-3,100	1.7-2.2	5-10
Reino Unido	1,550-1,750	1.5-2.0	10-15
Italia	1,250-1,400	1.0-1.5	5-15
Francia	1,200-1,300	1.0-1.5	5-10
Suiza	725-775	3.2-3.5	5-15
Holanda	425-475	1.0-1.5	5-10
Suecia	350-400	1.5-2.0	10-15
Dinamarca	325-375	2.2-2.7	0-5
Austria	325-375	2.0-2.5	5-10
Bélgica	200-250	1.0-1.5	5-10
Irlanda	40-50	<0.5	10-20
Otro Europa	750-850	-	-
Total Europa	10,000-11,000	-	-
EE.UU.	11,000-13,000	2.0-2.5	15-20
Canadá	850-1,000	1.5-2.0	10-20
Japón	350-450	<0.5	-
Oceanía	75-100	<0.5	-
Total	23,000-25,000	-	-

Fuente: The World of Organic Agriculture

En **Europa**, como se lo observa en la tabla 1, Alemania sigue siendo el mayor mercado con 3,000 millones de dólares aunque su ritmo de crecimiento (5-10%) no sea tan acelerado como el del Reino Unido, Suiza o Dinamarca (10-15%). En estos países, la participación de los productos orgánicos dentro de las ventas totales puede ascender 3%.

Estados Unidos, con una tasa de crecimiento promedio anual estimada alrededor de los 15-20%, es el mayor mercado nacional (48%).

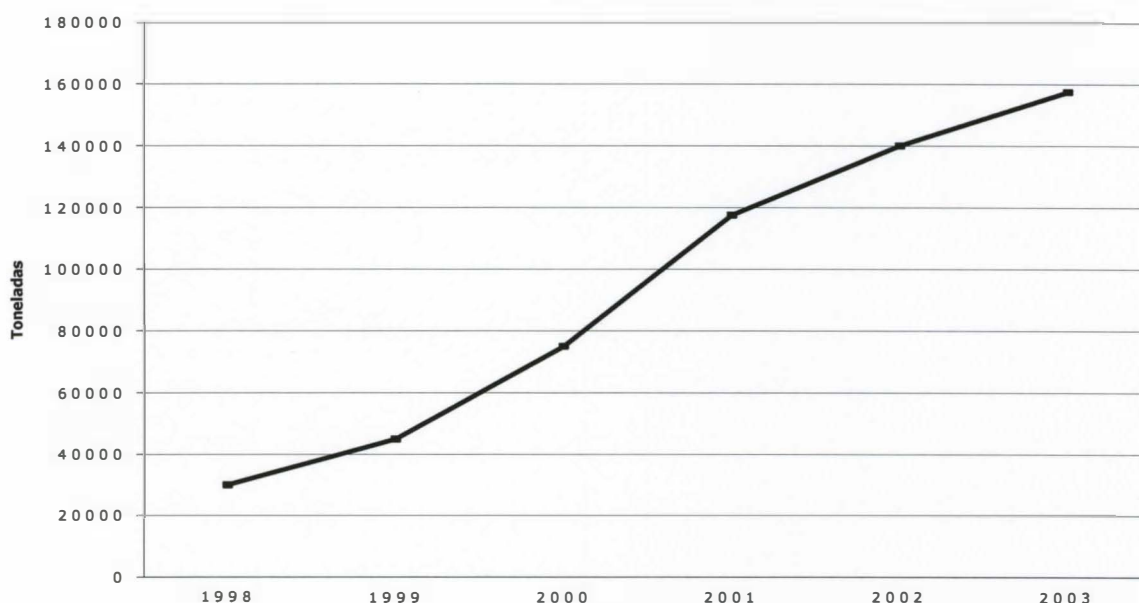
Así, añadiendo Japón, siete países concentran 80% de las ventas totales en los principales mercados: Alemania, Francia, Reino-Unido, Italia, Estados Unidos y Canadá. Los principales productos comercializados son la carne, los cereales, las frutas y hortalizas frescas y procesadas. A continuación, presentamos algunos datos sobre las frutas tropicales más comercializadas sobre el mercado orgánico internacional.

1.3. Los guineos orgánicos

1.3.1. Las exportaciones

Según las estimaciones de la FAO, las exportaciones totales de guineos orgánicos alcanzaron 140,000 toneladas por el año 2002. Esto representó entre el 1.0 y 0.5% del comercio total de los guineos comercializados.

Evoluciones de las exportaciones mundiales de guineos orgánicos



Fuente: FAO 2003

Las exportaciones de guineos han registrado un crecimiento marcado esos seis últimos años, al pasar de 30 000 toneladas en el 1998 al 140 000 en el 2002, es decir una tasa de crecimiento promedio anual de 60%. Esto da un idea del dinamismo del mercado de los guineos orgánico.

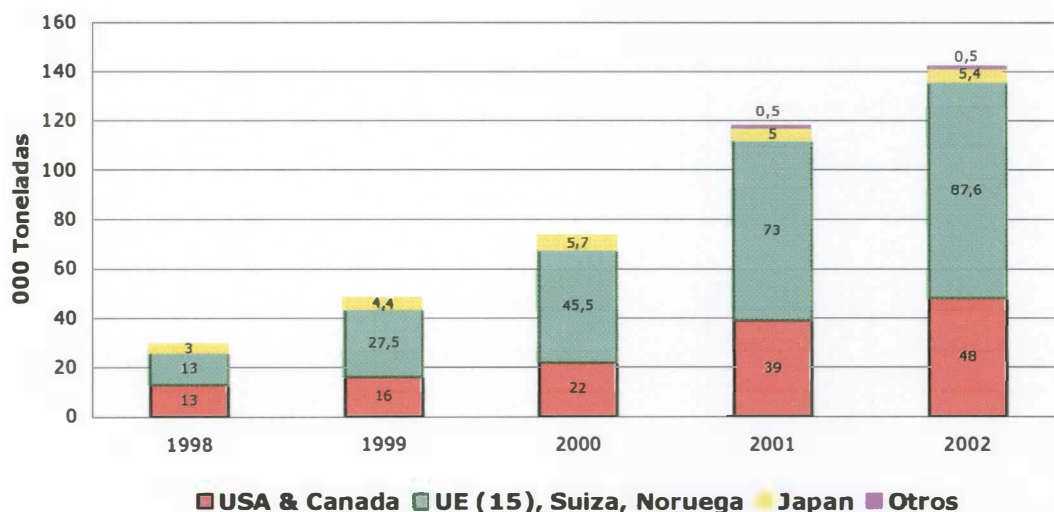
El mayor proveedor fue **Republica Dominicana** que exportó 60,000 toneladas o sea 40% del total de los guineos orgánicos exportados en el 2002. El segundo mayor proveedor es **Ecuador** cuya producción esta incrementándose marcadamente. **Perú** exportó cerca de 19,000 toneladas en el 2002 o sea 1,000 toneladas menos que en el 2000.

Los otros proveedores de guineos orgánicos son **México, Colombia, Honduras, Guatemala y las Islas Canarias.**

1.3.2. Mercado de destino

Mientras que el crecimiento del mercado parece alto con respecto al sector convencional, las importaciones orgánicas no representan más que el 2.5% del total del mercado europeo y solo 1% del mercado norteamericano.

Evolución de las importaciones de guineos orgánicos



Fuente FAO2003, *The global market for organic bananas*, INIBAP

Tasa de crecimiento anual de las importaciones sobre los principales mercados

	99-00	00-01	01-02
USA & Canadá	37%	78%	23%
EU (15), Suiza, Noruega	66%	59%	13%
Japón	30%	-12%	7%
Total Promedio	53%	60%	16%

Fuente FAO2003, *The global market for organic bananas*, INIBAP

El aumento de las importaciones disminuyó en el 2002 comparado con los años precedentes.

Mientras que en el 2002, la cuota de guineo orgánico no supera el 1.2% del mercado total de guineo en América del Norte (USA & Canadá), se espera una cuota de 2 hasta 2.5% en los años próximos, que ya es la cuota de las frutas orgánicas sobre los mercados de frutas y verduras frescas en los supermercados. Asimismo, los volúmenes importados alcanzarían 85-110,000 toneladas por los años 2005-2006. A más largo plazo, se espera que el 5 % del total de la oferta de guineo sea orgánico. Considerando una tasa promedio de crecimiento anual de 22%, representaría un volumen importado de 230 000 toneladas en el 2010.

En Europa, el crecimiento ha decelerado, lo que puede parecer normal después del espectacular aumento de los años 1999 y 2000. **La mayor cuota de guineos orgánicos es de 2,1% de la oferta total**, lo que corresponde a la cuota promedio de las otras frutas y verduras orgánicas. Se espera un crecimiento promedio anual de los 10% para los años futuros. **Representaría un volumen importado en Europa del Oeste de 170 000 toneladas en el 2005.**

En el caso de **Japón**, la caída súbita del año 2000 es debida a la implementación y la aplicación de la JAS que impuso una acreditación japonesa de la certificación orgánica para ingresar sobre el mercado orgánico cumpliendo con todas las normas japonesas. Ahora con la adaptación de los productores, de los certificadores y de los exportadores a esta nueva legislación, se supone que el mercado va a crecer sustancialmente en el futuro.

1.3.3. Precios

No existen bastantes informaciones disponibles para seguir la evolución de los precios a lo largo del año.

Los comercializadores indican que los precios FOB y CIF tienden a ser estables a lo largo del año con un promedio de 17 euros por caja. Según el CIMS (Centro de Informaciones de Mercado Sostenible), los precios FOB del primer cuarto del año 2003 se escalonaron de US\$ 5,4 hasta US\$ 8,5 por caja según el origen, **con un premio orgánico de US\$ 1 por caja** (incluido en los precios mencionados) comparado con los guineos convencionales de la misma procedencia. En Perú, el precio FOB de la caja fue de US\$ 5 en el 2001, y de US\$ 6 en el 2002. El precio de una caja pagado al productor fue de US\$ 2,3 por caja.

Sin embargo, hay que prever una caída de los precios en los años futuros. En efecto, existen numerosas plantaciones todavía en transición que van a ingresar el mercado dentro de un o dos años. Estas áreas se encuentran en Ecuador y Perú. A pesar de un crecimiento ya alto de una demanda que todavía no es suplida, las previsiones de la FAO **dejan suponer un crecimiento aún más rápido que acarrearía una saturación posible del mercado del guineo orgánico.**

1.4. La piña orgánica

Aunque la comercialización de piñas orgánicas data del fin de los años noventa, el mercado es aún limitado debido a algunas limitaciones técnicas que restringen la oferta. La mayor barrera existente para la producción de piñas orgánicas sigue siendo la prohibición del uso de etileno para inducir la floración sobre algunos mercados orgánicos.

1.4.1. Oferta mundial

Según un estudio de CIMS, la producción en el año 2002 excedió las 9,000 toneladas, siendo **Honduras** el principal productor, **Costa Rica**, y **Republica**

Dominicana en América latina. En las otras región del mundo, países africanos como **Camerún y Ghana**, y asiáticos como **Sri Lanka** abastecieron regularmente el mercado. Países como **Nicaragua y Bolivia** podrían convertirse en importantes productores en el futuro.

Aproximadamente el 15% de la producción es vendida para consumo en fresco y el 85% restante es procesada. Dentro de la fruta que es procesada, sobresale el jugo, la puré y la fruta enlatada luego, la fruta deshidratada.

1.4.2.Importaciones mundiales

La Unión Europea es el mayor mercado del mundo para piña orgánica con un consumo que supera las 2000 toneladas anuales el año 2002. En segundo lugar, se encuentran los EE.UU. con un consumo estimado a 1,000 toneladas anuales.

Actualmente, la UE es abastecida por **Ghana y Camerún** principalmente, **Sri Lanka**, y por fin **Honduras y Republica Dominicana (1)**. Los mayores mercados europeos son **Alemania, Francia, Holanda y el Reino Unido**, que concentraron el 75 % de las importaciones europeas. Alemania es el primer mercado con un consumo estimado de 700 toneladas en el 2003, seguido por Holanda con unas 600 toneladas el mismo año (2). En el futuro, el desarrollo del mercado de la piña orgánica en la UE dependerá por parte de la posición que mantengan las autoridades con respecto al uso de etileno.

En los Estados Unidos la situación del mercado fue más irregular por varias limitantes. Primero, Honduras, que fue el principal proveedor de piña orgánica a finales de las 90's, bajó bruscamente su producción resultado de la destrucción causada por el Huracán Mitch en 1998. La segunda limitante para el desarrollo de este mercado fue la prohibición del etileno que entró en vigor en enero del 2001. Estos factores ocasionaron que durante el 2001, las importaciones estadounidenses se quedaron bajas. Una vez retirada la prohibición del etileno en el 2002, la oferta volvió a repuntar. Se estima que las importaciones del año 2003 superaron las 1000 toneladas. Los mayores abastecedores de este mercado son los países latinoamericanos que gozan de la cercanía del mercado y de preferencias arancelarias, y Hawaii. Hoy en día, se estima que la demanda continuará creciendo a un ritmo bastante acelerado.

1.4.3.Precios

El precio CIF promedio de la piña orgánica en EE.UU. es superior a el 30% de la fruta convencional, alcanzando los 1,30 US\$/kg. A nivel de mayorista y distribuidor en EE.UU. el precio promedio es de 3 US\$/kg (3) mientras que el la UE es de 1,80 US\$/kg (4) en el 2003. El precio FOB promedio de la piña orgánica deshidratada es 30% superior al de la fruta convencional, llegando a los 8,30 US\$/kg.

(1) CIMS, 2003

(2) Estimaciones realizadas para CIMS por Organic Monitor (2003)

(3) Foro internacional de frutas tropicales sostenibles, Lima, Perú Noviembre 2003 cálculos CIMS con datos de Organic Commodity Prices (2003)

(4) Organic Monitor (2003)

1.5. Mango orgánico

1.5.1. Países exportadores

Según estimaciones del CIMS, los volúmenes de mangos orgánicos exportados en el 2003 alcanzaron los 5 000 toneladas. Los mayores exportadores son, según su importancia: México, Colombia, Perú y Republica Dominicana. Se puede esperar a una colocación más importante del Perú en orgánico como en convencional sobre el mercado EE.UU. debido a la implementación en el año 2003 de una planta de tratamiento hidrotérmico (1) certificada por el APHIS (Servicio de Inspección de Salud Animal y Vegetal del USDA). Se ha observado ya un crecimiento (2) de 40% de las exportaciones de mango convencional hacia los EE.UU. en el 2003.

1.5.2. Tendencias del mercado

El sector del mango orgánico es todavía un mercado muy recién por lo cual no existe aún operadores exclusivamente involucrados en la comercialización del producto como en el caso de la piña o del guineo. El mango orgánico se exporta en fresco hacia Estados Unidos y Europa en proporción mas o menos similar. Sin embargo, el mercado de los Estados Unidos se satura rápidamente en mango orgánico por falta de consumo comparado con el europeo donde existe un ligero déficit de la demanda en fresco. Por lo tanto, de manera general los precios ofrecidos en Europa son más altos con respecto a los Estados Unidos.

En cuanto al mango procesado, la demanda europea tiende a preferir el producto congelado en IQF y los EE.UU., además del puré y del mango deshidratado.

En cuanto a la lechosa y el aguacate, son dos rubros muy jóvenes sobre el mercado de las frutas tropicales orgánicas.

Parece difícil para Republica Dominicana colocar estos dos rubros sobre el mercado orgánicos frente a competidores como México o Chile que ya se han acaparado el mercado convencional. Existe una demanda para la lechosa deshidratada en las mezclas de frutas secas.

(1) Alternativa para el tratamiento de las moscas del mango para colocar frutas dominicanas en los mercados EE.UU. y Japón, L. Matthieu-Colas, 2004

(2) Noticias Agrarias, Ministerio de Agricultura de Perú , 6 Marzo de 2004, Lima.

2. La certificación orgánica en Republica Dominicana para la comercialización de las frutas

2.1. Estándares para la producción orgánica

2.1.1. Estándares internacionales

Desde las Organizaciones No Gubernamentales (ONG), la Federación **Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM)** estableció en 1972 los lineamientos básicos de la agricultura orgánica y el procesamiento de alimentos con sucesivas modificaciones, que fueron adaptados como guía mundial en la materia en todos los continentes.

Hoy en día, IFOAM tiene un sistema de acreditación privado dedicado a las agencias certificadoras, llamado IOAS.



Luego, la **Comisión del Codex Alimentarius**, en el marco de la FAO y la OMS, estableció en julio de 1999 los lineamientos de la Producción, Procesado, Etiquetado y Marketing de los alimentos orgánicamente producidos. El Codex no es una norma legal válida nacional o internacionalmente. El Codex debe ser tomado en cuenta en la elaboración de leyes nacionales a nivel mundial como guía y referencia y así contribuir a una armonización internacional. No tiene el mandato de normas para la certificación directa.

Se puede consultar las normas del Codex Alimentarius en la pagina web: www.codexalimentarius.net

En los dos casos, los estándares establecidos por estas instituciones no tienen un carácter obligatorio sino mencionan los principios básicos de los lineamientos de la agricultura orgánica.

2.1.2. Reglamentos nacionales o supranacionales

Diversos estudios realizados en el fin de las noventa han probado que los consumidores orgánicos tenían una desconfianza con respecto a la autenticidad de los productos certificados importados. En este sentido, se hubo desarrollado iniciativas para la implementación de reglamentos orgánicos nacionales, o supranacionales en el caso de UE, para garantizar a los consumidores la fiabilidad del sello orgánico del producto importado.

La **Unión Europea** fue la pionera. Estableció en 1991 el **Reglamento CEE N° 2092/91** y sus actualizaciones que establecen la obligatoriedad de cumplir estos lineamientos tanto para productos agrícolas como procesados, a fin de poder etiquetar los productos como provenientes “de la Agricultura Orgánica”. Establece, además un registro de terceros países “equivalentes” aceptados para importar en forma directa productos orgánicos a la Unión Europea que se ha restringido a solo seis países hasta el año 2002: Australia, Argentina, Hungría, Israel, Republica Checa y Suiza. En junio del 2002, se añadió Nueva Zelanda y en marzo del 2003, Costa Rica. En todos los demás casos, es necesaria una certificación por una agencia reconocida en el país de destino, y una autorización de importación. Se puede consultar el Reglamento CEE N° 2092/91 en la pagina web: <http://europa.eu.int>



Estados Unidos estableció, a través el Departamento de Agricultura (USDA) su ley federal en 1993. Su implementación y reglamentación entró en vigor el 21 de octubre del 2002 al seno del **National Organic Program (NOP)**.



www.ams.usda.gov/nop/indexIE.htm

En **Japón**, a partir de abril del 2001 entró en vigencia la Normativa para producciones orgánica del MAFF (Ministerio de Agricultura Forestación y Pesca) que exige el etiquetado con el sello JAS por “Japanese Agricultural Standards” en los productos agrarios que se quieren comercializar como orgánicos.



J O N A

www.ams.usda.gov/nop

Todas estas leyes imponen requisitos estrictos a los productos que ingresan en los países importadores y permiten así asegurar al consumidor la calidad del

producto comercializado a bajo de la apelación “orgánico”. Ahora bien, en la mayor parte de los países proveedores como es el caso de la Republica Dominicana, no existe reglamento orgánico o es demasiado recién para ser aplicado y reconocido al nivel internacional.

Entonces, aparece hoy como una prioridad establecer un marco legislativo “orgánico” para mantener su competencia en el sector de las exportaciones orgánicas. Muchos países, incluido Republica Dominicana, están desarrollando sus propias leyes orgánicas dentro de los cuales figuran sus principales competidores, como México, Brasil, Chile, Colombia, Perú y Ecuador.

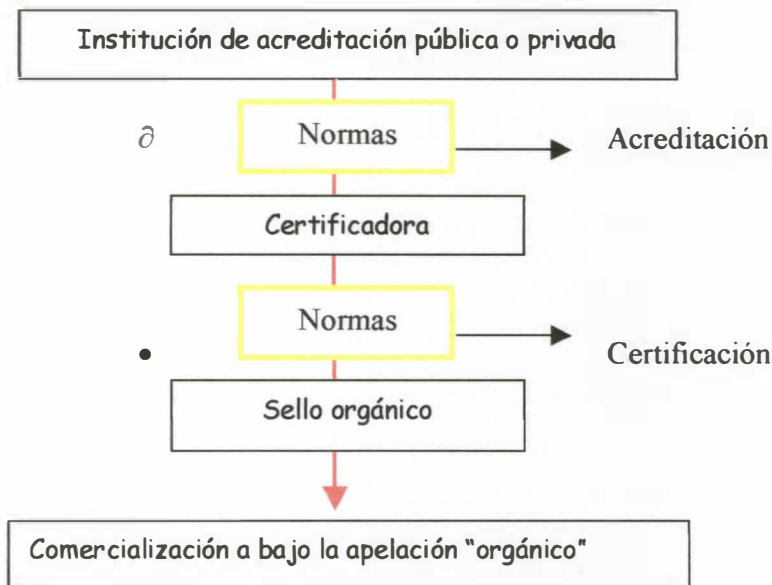
2.1.3. Marcas orgánicas comerciales

Además, algunos estados miembros de la UE como Dinamarca, Francia, Austria han creado “marcas orgánicas” comerciales para facilitar la identificación del producto proveniente de la agricultura biológica por los consumidores. En Alemania, la marca comercial BIO-Siegel recién ha sido introducida sobre el mercado. Estas marcas son deliberada a bajo de un reglamento nacional. Pueden tener ventajas comerciales.

Por fin se han desarrollado, con más o menos antigüedad, marcas comerciales privadas establecidas por ONG, empresas certificadoras, cadenas de supermercados (Bio Carrefour), o asociaciones de productores (Bio Suisse). Pueden tener un carácter internacional como Demeter, Naturland, Soil Association, o sea sus labels se encuentran sobre varios mercados del mundo; o nacional como Bio Suisse cuyos productos certificados sólo se comercializan en Suiza.

2.2. El príncipe de la certificación orgánica

La certificación es el proceso por el cual una agencia certificadora acreditada ante el Estado o una institución de acreditación internacionalmente reconocida puede dar seguridad, por medio de un certificado, de que la producción, procesamiento y comercialización de los productos que se identifiquen y vendan como orgánicos, se ha llevado a cabo según las normas de la producción orgánica.



2.2.1. Acreditación de los certificadores

La acreditación es el procedimiento por el cual se obtiene un reconocimiento de la competencia para poder certificar. También los sistemas de acreditación pueden ser públicos como el Swiss Accreditation Service (SAS) en Suiza o el MAFF en Japón y pueden ser privados como la IOAS para la Acreditación IFOAM. En todos los casos, se establecen criterios y los que solicitan la acreditación deben demostrar mediante evaluaciones que cumplen con los reglamentos o normas (∂) de referencia. En la Unión Europea, todas las certificadoras cumplen con las normas EN 45011 o la directriz 65:1996 de la ISO/CEI.

Finalmente, también existe Sistemas de Acreditaciones obligatorios o voluntarios. Por ejemplo, la acreditación del NOP de USA es obligatoria para una certificadora que certifica productos dedicados a la comercialización en los EE.UU.. Al contrario el de IFOAM es voluntario; puede ser un argumento comercial para asegurar la calidad del servicio ofrecido por el certificador. Algunos mercados, requieren un producto certificado por una certificadora acredita por la IFOAM. Es el caso del mercado de Suecia con su marca KRAV. Igualmente, la comercialización de un producto certificado orgánico en Suiza necesita la acreditación de la certificadora, lo que permite la comercialización a bajo el sello BIO Suisse.

En Republica Dominicana, no existe todavía un sistema de acreditación de las certificadoras que operan en el país.

2.2.2. Los certificadores en Republica Dominicana

En Republica Dominicana, no existe todavía certificadora nacional sino empresas certificadoras extranjeras que pueden tener, según el caso, una oficina en el país. Las certificadoras que tienen sus oficinas en el país son organismos independientes o sucursales de una oficina central que tiene su sedo en otros países. Un inspector se encarga de la inspección y luego manda un informe con su aviso a la oficina encargada de la certificación.

En casi todos los casos, las certificaciones orgánicas conciernan los productos dedicados a las exportaciones. Estos dichos productos necesitan el certificado que prueba que cumplen con las normas orgánicas obligatorias para el ingreso del producto sobre estos mercados. En este caso, el certificador debe ser acreditado por el sistema de acreditación adecuado.

Además pueden otorgar certificaciones para normas orgánicas reconocidas internacionalmente perteneciendo a organismos privados (Soil Association, Demeter, Natureland). En este caso, las certificadoras tienen acuerdo de cooperación con estas organizaciones.

Certificador	País de origen pagina web	Normas obligatorias reconocidas	Acreditación	Acuerdos con organismos privados de agricultura orgánica
1-BCS Öko-Garantie*	Alemania www.bcs-oeko.de	NOP,JAS,CEE Nº2092/91	DAR ¹ para ISO 65	Bio Suisse, Naturland (D), Demeter (D), Soil Association (RU), KRAV(Suecia)
2-Ecocert	Francia www.ecocert.fr	CEE Nº2092/91, NOP,JAS	COFRAC ² para ISO 65	Bio Carrefour
3-IMO Caribe*	Suiza www.imo.ch	NOP, CEE Nº2092/91	IFOAM, SAS ³ para ISO 65	Bio Suisse, Natureland(D), Demeter(D)
4-SKAL Internacional	Holanda www.skalint.com	NOP, CEE Nº2092/91	RVA ⁴ para ISO 65	BIO Suisse, Natureland (D),
5-Suelo y salute*	Italia www.suoloesalute.it	NOP,JAS,CEE Nº2092/91		

*Oficina en el país

¹ Deutshe Akkreditierungsrat

² Comité Frances de Acreditación

³ Swiss Accreditation System

⁴ Raad Voor Accreditatie

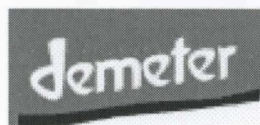
2.2.3. Importancia comercial del sello orgánico: el caso Europeo

Para ingresar el Mercado Europeo, los criterios mínimos con los cuales debe cumplir el producto son los del reglamento CEE N°2092/91. Sin embargo, cada propietario del sello (certificadoras, organizaciones de productores, institución pública,...) puede añadir sus propios criterios más estrictos.

Es importante saber que existen en Europa numerosos sellos “orgánicos” dentro de los cuales algunos tienen un mejor reconocimiento por parte de los consumidores. Esto se explica a través de la historia del sector orgánico. Los primeros movimientos orgánicos empezaron en áreas donde existían pequeños nichos de mercado. Poco a poco, estos mercados se fueron creciendo y con ellos, el reconocimiento de estos sellos locales. Cuando el mercado fue bastante grande y la gente se hubo dado cuenta de que prefería el producto proveniente de un tipo de producción orgánica X, el sello que la garantizaba ya fue más que una prueba del manejo de producción sino **una verdadera e importante herramienta comercial.**

La lista que sigue es un panorama de algunos sellos orgánicos con los países donde predominan.

•Demeter



Los productores producen abajo este sello, utilizan métodos de la agricultura biodinámica. El pliego normativo de este sello cumple con los requisitos del reglamento CEE N°2092/91. Al contrario de muchos otros sellos, el sello Demeter es desarrollado internacionalmente. La agricultura biodinámica incluye más requisitos relativos a los flujos naturales energéticos. **Los países donde se comercializan mejor los productos etiquetados Demeter son Alemania, Suiza y Holanda.**

•Sello orgánico Alemán: Bio-siegel

La creación de este sello por el gobierno alemán hace parte de un programa de promoción de la agricultura en Alemania. Fue introducido con éxito en 2001. Los estándares son los mismos que los del reglamento CEE N°2092/91. En Alemania, país pionero de la agricultura orgánica, otros sellos privados tienen bastante éxito comercial como **Naturland cuya certificación es posible en Republica Dominicana.**



•Sello suizo: BIO Suisse

Este sello es considerado como la sola ventana para ingresar sobre el mercado orgánico suizo aún no es obligatorio. El mercado sí-mismo lo ha impuesto. Es casi el único reconocido por los consumidores suizos.



- **Soil Association**

Es un sello ingles más aceptado sobre el mercado del Reino Unido, registrando hoy en día 70 % de las ventas de alimentos orgánicos. Es un sello privado acreditado por la IFOAM cuya certificación es posible en Republica dominicana.



- **Sello Suecio: KRAV**

Como el sello suizo, el sello KRAV lidera el mercado Sueco. Es un sello que sólo se puede obtener con el organismo de certificación KRAV. Se podría que en el futuro, BCS pudiera inspeccionar por ellos, a través acuerdos con ellos. KRAV ha certificado en Republica Dominicana hasta el año pasado. Es un sello acreditado por la IFOAM.



2.3. Requisitos para la comercialización de los productos orgánico

2.3.1. Sobre los mercados internacionales

- **UE**

El artículo 11 del reglamento de la Unión Europea contiene normas para la importación de productos de países no miembros de la Unión Europea.

Se diferencian dos casos:

- Los miembros de la lista de los países terceros cuya legislación orgánica es reconocida como equivalente a la legislación del reglamento de la UE. En esta lista son incluidos Australia, Argentina, Hungría, Israel, Republica Checa, Suiza y Costa Rica. Estos países no necesitan efectuar el procedimiento de autorización de importación según el artículo 11 del reglamento de la UE. Si el importador en la Unión Europea se somete a un régimen de control, los productos pueden ser importados libremente a los estados miembros de la UE.

- Para todos los otros países, además de la certificación de los productos por un certificador acreditado por la UE, los importadores deben solicitar una autorización para la importación de productos orgánicos sujetos al reglamento de la UE. La solicitud debe cursarse antes de que la mercancía se comercialice en el ámbito económico de la UE. El procedimiento de una autorización para la importación conlleva un considerable despliegue burocrático y unos gastos elevados. Además, cuando los productos orgánicos son adquiridos por diferentes importadores a la Unión Europea, cada importador debe solicitar una autorización de importación por su parte, incluyendo la documentación correspondiente.

➤ El caso costarricense

El Costa Rica fue el último país incluido en la lista de los terceros países. El proceso de inclusión fue muy lento: se acabó en marzo del 2003, o sea 8 años después de la publicación en 1995 del primer reglamento que sirvió de base legal para la agricultura orgánica, la Ley para el medioambiente N° 7574. El segundo paso fue el establecimiento de la Ley fitosanitaria publicada en 1997 en la cual se define el proceso nacional de acreditación de los operadores de la agricultura orgánica: registros de productores, de inspectores y de certificadoras. Por fin, en noviembre del 2001, el decreto 29607 para la agricultura orgánica fue aprobado.

En el mismo tiempo, han desarrollado un **Programa Nacional de Agricultura Orgánica (PNAO)** cuyos servicios son los siguientes:

- realiza actividades de promoción y concientización de productores y consumidores
- facilita el acceso a la información para la toma de decisión
- promueve programas de capacitación a nivel del sector agropecuario
- apoya a las instituciones del Sector Agropecuario en la realización de diagnósticos y en la elaboración de planes para fortalecer la producción orgánica a nivel regional y nacional
- fortalece y orienta la investigación por medio de las acciones del Programa de Investigación y Transferencia de Tecnología Agropecuaria de Producción Orgánica (PITTA-P.O.)
- promueve las políticas de apoyo, la creación de incentivos y el crédito
- coordina y unifica esfuerzos entre las organizaciones públicas y privadas que estimulan la producción orgánica.

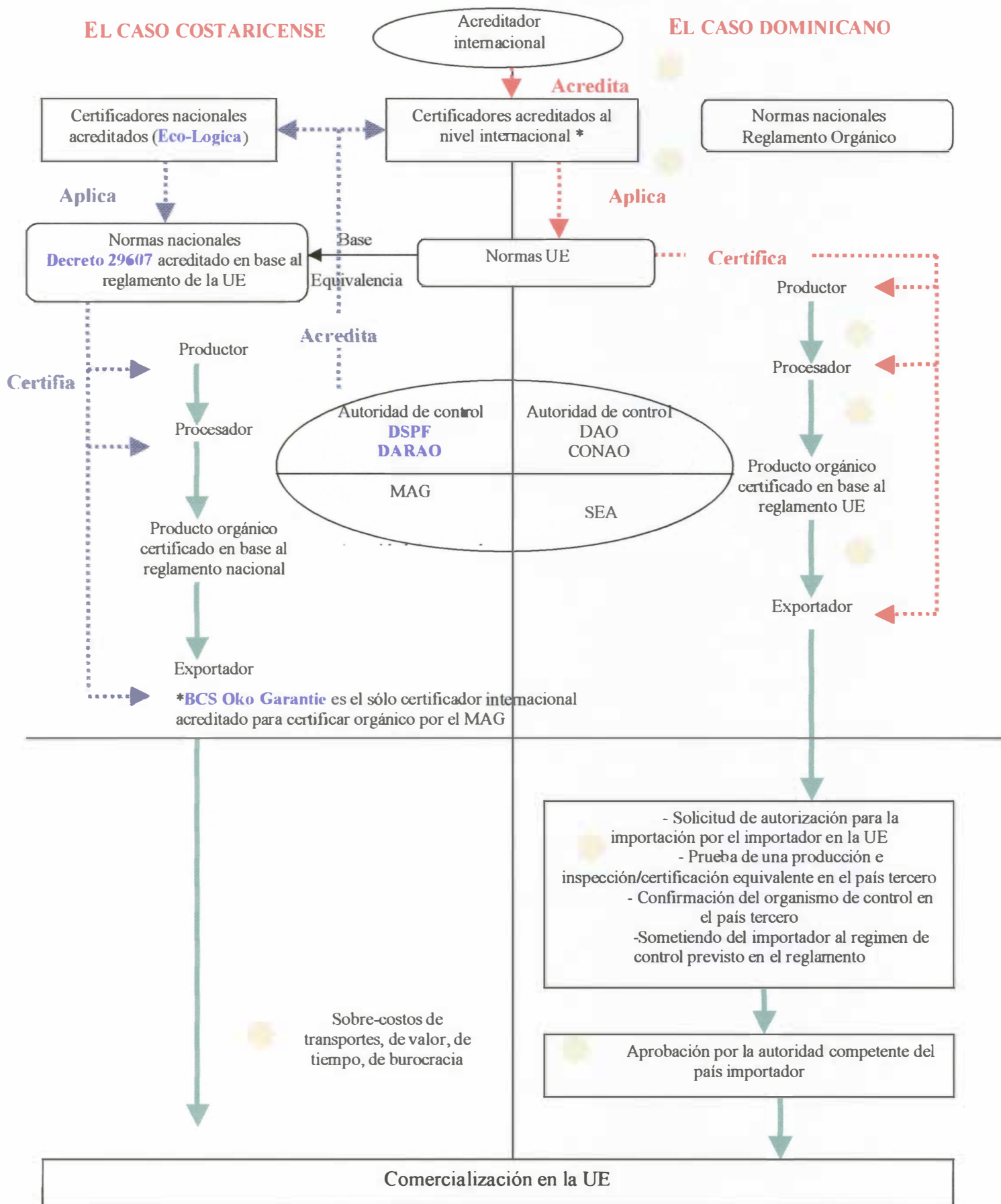
Así, el Costa Rica parece hoy como el mayor competidor de la República Dominicana en cuanto a la producción orgánica. En efecto, en el año 2000, se registraron 3,569 productores orgánicos certificados y en el 2003, según datos proporcionados por las agencias de certificación acreditadas ante la Dirección de Servicios de Protección Fitosanitaria (DSPF) del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), hay registrados 3,987 productores orgánicos certificados y 58 en transición o sea un incremento de 13%. Los principales productos orgánicos de exportación son guineo, cacao, café, mora, dulce granulado, jugo de naranja y granadilla o sea productos comunes con República Dominicana. Sólo en guineo, el MAG habla de unas 3,400 hectáreas certificadas, con una exportación por un valor cercano de 30 millones de colones al año. Una gran parte de la comercialización de productos orgánicos es también ligada al comercio justo.

Con este recién reconocimiento por la UE de su sistema nacional de certificación y de normas, se puede evitar muchos trámites como el permiso de importación para cada producto que se desee exportar. Ahora en cambio, cualquier producto certificado por una agencia acreditada en el país es aceptado en la Unión Europea. **Esto representa menores costos de certificación y mejores oportunidades de mercadeo para los productores costarricenses.**

Además, el Costa Rica ha sabido sacar provecho de su imagen de “país ecológico” y ha logrado un amplio reconocimiento internacional en la conservación de los recursos naturales. Utiliza esta imagen para promocionar sus productos orgánicos. **En este sentido Republica Dominicana debería de sacar provecho de su experiencia siendo el pionero y el mayor exportador del mundo de guineo orgánico. Por un lado esta forma de promoción le permitiría fortalecer su sector bananero y por otro lado, colocar otras frutas sobre los mercados.**

En el mundo, muchos países intentan seguir el ejemplo del Costa Rica. La implementación y el reconocimiento del Reglamento Orgánico es una ventaja comercial indiscutible. Los costos de certificación rebajados, el producto orgánico proveniente de un país acreditado se hace mucho más competitivo.

En el esquema que sigue, comparamos el sistema nacional de certificación costarricense con el de Republica Dominicana. En este esquema, sobresalen los sobrecostos de la certificación en Republica Dominicana.



♦ **EE.UU.**

La aprobación de la Ley para la Producción de Alimentos Orgánicos se remonta a 1990, y su reglamento fue publicado por el USDA en diciembre de 2000. Sin embargo, no fue aplicada hasta octubre de 2002 cuando se publicaron las normas para la producción y el manejo de productos orgánicos certificados en los Estados Unidos. Las normas orgánicas de los Estados Unidos, se encuentran en español en el sitio web <http://www.ams.usda.gov/nop/NOP/standards.html>.

Todas las agencias certificadoras, bajo el nuevo esquema del Programa Orgánico Nacional (NOP), sea nacionales o extranjeras, que deseen certificar y etiquetar sus productos como orgánicos para el consumo en los EE.UU., deben estar registradas en el USDA. Hasta comienzos de diciembre de 2003, el USDA ha acreditado a 89 agencias certificadoras de todo el mundo para certificar. Además, el USDA ha recibido las solicitudes para la acreditación de otras 63 agencias. Los nombres de agencias acreditadas de certificación se anuncian en el sitio web www.ams.usda.gov/nop, listado que es actualizado periódicamente.

Todos los certificadores que operan en Republica Dominicana son acreditados para certificar productos dedicados a los EE.UU..

♦ **Japón**

En cuanto a la normativa japonesa para la agricultura orgánica, la nueva ley japonesa llamada Japan Agricultural Standard (JAS) comenzó a regir en abril del 2001, y establece cuáles son las exigencias que se deben cumplir para exportar a ese país. Esta ley vino a ordenar el sistema de control y dar mayor claridad a los consumidores sobre las características de los productos orgánicos, ya que con anterioridad existían los productos verdes, dentro de los cuales estaban los productos orgánicos y una serie de otros tipos de productos con bajas aplicaciones de plaguicidas.

En la actualidad, para poder certificar productos orgánicos para Japón es necesario que las empresas certificadoras estén acreditadas por el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca de Japón (MAFF). En este momento, existen 66 organismos de certificación acreditados por JAS en Japón y 21 en el extranjero que pueden certificar para el mercado japonés. La certificación JAS es establecida por ley y es otorgada por el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca.

Esta ley se aplica a toda la cadena de producción así como a la importación de productos. Informaciones están disponibles en inglés en el sitio web del Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca de Japón:

www.maff.go.jp/soshiki/syokuhin/hinshitu/organic/eng_yuki_59.pdf.

Existen grandes oportunidades para exportar productos orgánicos a Japón las cuales pasan por enviar productos de calidad, ya que los japoneses están muy preocupados por el tema de la inocuidad de los alimentos, lo que los haría preferir productos de mercados más lejanos por sobre mercados como China, que no les

ofrecen las suficientes garantías en cuanto a la calidad de los alimentos. Además, 40% de los productos consumidos en Japón son importados.

En Republica Dominicana, BCS OKO-Garantie y Suolo y salute son acreditados para certificar según la ley japonesa (JAS).

Hasta ahora, los reglamentos de los gobiernos tratan esencialmente de las referencias al método de producción que se indica en las etiquetas. No definen las normas que rigen la utilización de marcas comerciales privadas o marcas de certificación. Lo cual supone que pueden ser complementados con sellos privados que garanticen la calidad en base a normas orgánicas privadas. El sobreprecio de la certificación puede ser compensado con el sobreprecio del producto sobre el mercado según la marca y el mercado elegidos. Hay que referirse a lo que es mencionado más encima.

2.3.2. Sobre el mercado nacional dominicano

Antes la implementación de este reglamento, no existía verdaderas normas sino una propuesta de reglamento. Las normas que se utilizaban eran basadas en prácticas agrícolas idóneas, y el cliente podía fiarse a la reputación de su productor.

Ahora, según el recién Reglamento Orgánico dominicano, todos los productos comercializados en Republica Dominicana deberán cumplir con las normas establecidas y ser etiquetados con el sello nacional. Este reglamento no es todavía aplicado y sólo algunos productores solicitan los servicios de las certificadoras para el mercado interno.

2.4. Organización del sector institucional orgánico dominicano

2.4.1. Implementación del Reglamento Orgánico Nacional

A pesar de que República Dominicana exporta productos orgánicos desde los últimos años de los años 80's, no existía disposiciones legales hasta el año 2003 sobre la producción agrícola orgánica. No había normas nacionales para el mercado interno, y las que se utilizaban eran de carácter pragmático basadas en prácticas idóneas. El establecimiento de este reglamento fue un proceso muy largo manejado por una comisión creado por la Secretaria del Estado de la Agricultura (SEA). Esta comisión estuvo compuesta por representantes de las instituciones tanto públicas como privadas.

De esta comisión resultó **una propuesta del primer reglamento orgánico dominicano en junio del 2001** basado sobre una cruz del NOP (USDA), del Reglamento CEE N°2092/91 y del Codex Alimentarius.

En **agosto del 2003**, fue creado al seno de la Secretaria de Agricultura la **División de Agricultura Sustentable y Desarrollo de Alternativas Rurales** cuyo uno de sus mandatos es el apoyo nacional al sector orgánico. Se compone de 13 personas cuyas 5 de ellas en la capital encargadas de implementar directivas de apoyo (recursos técnicos, normas, elaboración de manejo técnico orgánico...) y 8 extensionistas ubicados en cada región del país dedicados al entrenamiento y la capacitación de los productores a través cursos de normas, de uso de abonó,...).

El **Consejo Nacional de Agricultura Orgánica (CONAO)** fue creado por decreto dentro del **Reglamento N°829-03 de Agricultura Orgánica** dominicana fue publicado y aprobado últimamente en **Septiembre del 2003** después de modificaciones con respecto a la primera propuesta. Además, define las normas orgánicas de producción, transformación, empaque, etiquetado, almacenamiento, transporte, comercialización, exportación e importación de los productos. El sello orgánico dominicano aparece por la primera vez y se menciona su carácter obligatorio para todo producto agropecuario orgánico comercializado.



En fin de contemplar una acreditación internacional, el reglamento prevé la implementación de un sistema de control en adecuación a las exigencias del artículo 8 y 9 del reglamento N°2092/91. La **autoridad de control** a través la secretaria de Agricultura tendrá la estructura y las funciones siguientes:

-Departamento de Agricultura Orgánica cuyas funciones (1) serán:

“Emitir y adaptar normas y procedimientos para el cumplimiento del marco legal de la agricultura orgánica.

Acreditar y supervisar las agencias certificadoras y su personal de inspección.

Aplicar sanciones a las agencias certificadoras y operadores sujetos al sistema de control, conforme la escala de sanciones según el caso.

Llevar, actualizar y publicar los siguientes registros, según los requisitos detallados en el Anexo IX del reglamento orgánico nacional:

Productores agropecuarios orgánicos.

Procesadores de productos orgánicos.

Importadores de productos orgánicos.

Exportadores de productos orgánicos.

Agencias certificadoras acreditadas.

Inspectores de agencias certificadoras.

Insumos permitidos en la producción orgánica.

Insumos prohibidos en la producción orgánica.”

-Consejo Nacional de Agricultura Orgánica cuyas funciones (1) serán:

“Proponer y dar seguimiento al cumplimiento de lo establecido por la Unidad Especializada de Control de la agricultura orgánica de la Secretaría de Estado de Agricultura sobre la materia.

Elaborar y someter a la Secretaría de Estado de Agricultura medidas de políticas para el desarrollo de la agricultura orgánica.

Fomentar programas de capacitación y enseñanza de agricultura orgánica.

Propiciar la integración de sus acciones con aquellas regulaciones, disposiciones e instituciones oficiales y no gubernamentales internacionales que tengan relación con la agricultura orgánica, con la finalidad de facilitar el intercambio comercial y tecnológico.

Establecer mecanismos de coordinación con instituciones nacionales, internacionales o complementarias a sus actividades para dar cumplimiento a las normas existentes.

Mantener y actualizar bancos de información de unidades de producción, transformación, transporte, etiquetado, almacenamiento y comercialización de productos orgánicos sujetos de inspección y certificación por las agencias certificadoras, acreditadas por la Secretaría de Estado de Agricultura, en estrecha colaboración con la Unidad Especializada de Control de la agricultura orgánica de la Secretaría de Estado de Agricultura(...).”

-Las agencias certificadoras acreditadas por La Secretaría de Estado de Agricultura, a través de la Unidad de Normas y Regulaciones del Departamento de Agricultura Orgánica, y cumpliendo con las normas internacionales, en este caso la ISO 65 cuyas funciones serán:

(1) Extracto el Reglamento N° 820-03 de Agricultura Orgánica, capítulo IX sistema de control y certificación, artículo 34

“Realizar inspecciones en los niveles para los cuales estn acreditadas.

Certificar las unidades sometidas al sistema de control, según las disposiciones previstas en sus procedimientos de inspección y certificación, establecidos y autorizados en este reglamento.

Aplicar las sanciones establecidas de forma justa y equitativa a todos los operadores u operadoras a los cuales les brinda servicios.”

El último paso de la organización gubernamental del sector orgánico fue la designación del personal del CONAO en **febrero de 2004** con:

- 1 presidente: Secretario de Estado de Agricultura
- 1 representante del poder ejecutivo
- 1 representante del sector privado (JAD)
- 1 representante de ADAO (Asociación Dominicana de Agricultura Orgánica)
- 1 representante de la Facultad de Agronomía
- 1 representante de CODOCAFE
- 1 representante del Departamento de Cacao
- 1 representante de La Secretaría del Medioambiente y Recursos Naturales
- 1 secretaria

Sin embargo, aunque el reglamento existe, es demasiado recién por ser aplicado y todavía son los países importadores que imponen sus reglamentos. **El objetivo final sería lograr incluir la Republica Dominicana en la lista de los países terceros del reglamento de la Unión Europea.** Esto significaría que se reconoce al sistema nacional de normas y certificación como equivalente al de ese grupo de naciones. Así, aceleraría y facilitaría el proceso burocrático para lograr el permiso necesario a la importación de productos orgánicos y sobre todo reduciría los costos de certificación. En este sentido, una solicitud ya fue mandada por la SEA a Brúcelas.

2.4.2. Algunos organismos/asociaciones/instituciones involucrados en el sector orgánico de los frutales en RD

Organismos	Tipo de organismo	Actividad
JAD Comité de Agricultura Orgánica	ONG	Investigación para el desarrollo, comunicación , extensión, comercialización
CEDAF	Público	Investigación extensión, capacitación, coordinación
ADAO	Asociación	Coordinación, apoyo a las políticas
Universidades	Publicas/privadas	Creación de capacitación
CEI	Público	Promoción de las exportaciones
INESPRE	Público	Comercialización interna, promoción
GRAN	ONG	Extensión, comercialización, finanzas
CONIAF	Público	Definición y financiamiento as políticas de investigación, de competitividad
IDIAF	Público	Investigaciones Agropecuarias y Forestales
DIGENOR	Público	Definición de normas
CIRAD	Internacional	Apoyo institucional, coordinación

3. El mercado dominicano de las frutas orgánica

3.1. Comercialización de los productos sobre el mercado local

A pesar del crecimiento de la producción orgánica estos últimos años, el mercado nacional de alimentos orgánicos se ha quedado casi-inexistente. Excepto algunas ferias orgánicas, una o dos tiendas ecológicas en la capital, no se han implementado canales de comercialización especializados en la comercialización de las frutas orgánicas.

Ahora bien, hoy en día los requisitos se han hechos tan estrictos para la exportación que los productores están reclamando este mercado. Además, la recién aparición de pequeños escaparates orgánicos en supermercados dominicanos como el Nacional o La Sirena son la prueba de la existencia de una ligera demanda local. Pero el desarrollo de la comercialización de estos productos se enfrenta a varios problemas:

- oferta inestable,
- zonas de producción muy aisladas,
- ausencia de organizaciones de productores, de cooperativas,
- presentación de productos de mala calidad (rechazos de exportación, frutas dañadas,...),
- ausencia de intermediarios especializados,
- precios exageradamente altos,
- falta de promoción al nivel nacional,
- ignorancia de la existencia del reglamento y del sello nacional, herramienta indispensable para lograr la confianza del comprador.

Las acciones siguientes permitirían mejorar la situación:

- fomentar la formación de cooperativas*
- establecer una planificación de la producción para lograr a una oferta sostenida*
- mejorar los sistemas de intermediarios*
- crear un sistema de control nacional eficiente para asegurar calidad al cliente*
- organizar una campaña de promoción para hacer descubrir el sello a los compradores dominicanos,...*

La creación del marco legal con su sello por la Secretaría de Agricultura, es un paso considerable, pero el gobierno, el sector productivo y los diferentes eslabones de la cadena de comercialización tienen que permanecer sus esfuerzos para desarrollar este sector de la agricultura.

3.2. El sector bananero

3.2.1. Zonas y organización de la producción

En República Dominicana, se encuentra un total de unas 4,900 hectáreas bajo plantación de guineos. De ellas hay, unas 1,700 hectáreas de guineos convencionales; es decir el 35% del área sembrada y unas 3,200 hectáreas bajo sistema orgánico certificado, equivalente al 65%. **Los áreas de producción se ubican en el Sur, específicamente en la provincia de Azua y en tres provincias del Norte: Mao, Montecristi y Santiago.**

→ La zona sureña presenta la particularidad de producir sólo guineos orgánicos. Las fincas son de tamaño pequeño con un promedio abajo de 2 hectáreas. Según los datos del Primer Censo Nacional de la Industria Bananera, cerca del 45% de los productores se comparten sólo el 15 % del área orgánico total o sea unas 500 hectáreas. Estos pequeños productores forman asociaciones de productores, las cuales tienen acuerdos con exportadores para vender su mercancía. Además, estos predios suelen conjugar dos certificaciones, la orgánica y la de Comercio Justo, otorgada por FLO (1). En la tabla siguiente figuran las asociaciones más importante de la región con sus certificaciones.

Asociaciones	Numero de productores	Certificación
Asociación de Productores de Finca 6	240	•Orgánico •Comercio justo (FLO)
Cooperativas de productores de bananos los Tainos (COOPROBATA)	60	•Orgánico •Comercio justo (FLO) •Agricultura biodinámica (DEMETER)
Asociaciones de productores del Valle de Azua	20 (mayor producción)	•Orgánico

→ En cuanto a la **zona del Norte**, se encuentra plantaciones convencionales y orgánicas. Se estima a unas 2,700 hectáreas las áreas certificadas orgánicas con un tamaño promedio por finca de unas 6,5 hectáreas (100 tareas). Además, se implantó en 1992 una empresa productora y exportadora de guineos que poseía, antes de las inundaciones del mes de noviembre del 2003, unos 700 hectáreas. Las perdidas se estimaron entre 80 y 100 hectáreas. Se convirtió en la producción y la exportación de guineos orgánicos en el 1997.

Existe, igualmente a la región Sur, numerosas asociaciones de productores cuya más importante es Banano Ecológico de la Línea Noroeste (BANELINO). Junta 350 productores dentro los cuales 150 son certificado orgánicos y 200 producen guineos convencionales.

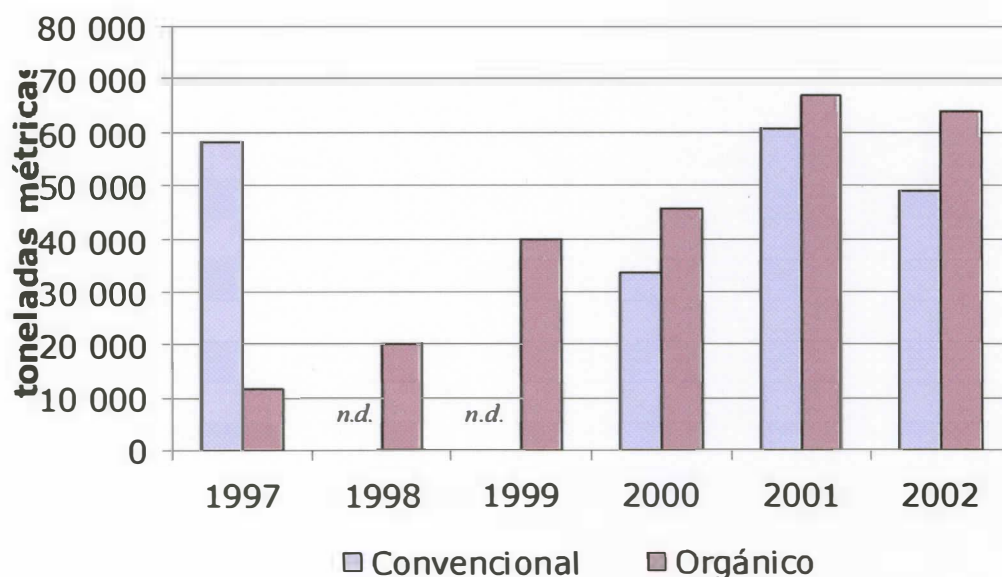
(1) Fairtrade Labelling Organization

3.2.2. Las exportaciones de guineos

Las primeras exportaciones comerciales de productos orgánicos empezaron en 1989, principalmente guineos, a Europa y los EE.UU. con el exportador “Plantaciones tropicales”. Posteriormente, exportaron cacao, café, coco y mangos. En 1994, SAVID S.A. comenzó a exportar a Europa bananos orgánicos producidos en una superficie de 350 hectáreas por pequeños agricultores de Azua. La empresa creció y actualmente es la principal exportadora de guineos orgánicos de República Dominicana, líder mundial en este rubro.

Evolución de las exportaciones dominicanas de guineos 1997-2002

Fuente: CEI/CEDOPEX



Las exportaciones de guineos orgánicos han aumentado marcadamente estos 6 últimos años con una tasa promedio de crecimiento anual de 73%. Así pasaron de las 11,760 toneladas en el 1997 a 63,700 toneladas en el 2002, es decir un volumen exportado más de cinco veces superior. La gran progresión de este aumento se dirigió principalmente hacia grandes productores generalmente ligados a las empresas exportadoras.

Al contrario, el sector convencional rebajó sus exportaciones, lo que se puede atribuir a la conversión hacia el orgánico de los sistemas de producción.

♦ *Los exportadores*

Los tres más grandes exportadores se comparten casi la totalidad de la oferta orgánica:

- **SAVID** concentra 80% de las exportaciones de guineos. Trabaja con productores independientes y asociaciones. Exporta guineos orgánicos y convencionales hacia **Europa (UE y Suiza), Estados Unidos y en menor importancia Japón.**

Su agencia de certificación es **BCS OKO-Garantie**, la cual practica certificaciones de asociaciones o cooperativas lo que permite rebajar los costos de certificación, y de productores independientes. El año pasado, 7 productores (350 Ha) fueron certificados por KRAV, un certificador sueco acreditado por IFOAM. El comprador sueco ha impuesto la certificación por una agencia de IFOAM. En el futuro, es posible que BCS firme un acuerdo con esta empresa para hacer sus inspecciones.

- **Plantaciones del Norte:** como lo hemos visto, es una empresa productora y exportadora. 26 productores convencionales y orgánicos exportan sus guineos por medio de esta empresa.

- **Horizontes orgánico:** solo exporta productos orgánicos. Trabaja con los productores de COPROBATA, entre otros.

Otras empresas son involucradas en la exportación de guineos orgánicos que son mencionados en la tabla de los exportadores de frutas más allá.

♦ *Principales mercados*

Hoy en día, 75 hasta 80 % de las exportaciones se destinan a UE y Suiza, así la certificación más usada es la del reglamento UE.

En Europa, los principales mercados son:

- **Reino Unido** los guineos son transportados los guineos por vía marítima y vendidos a empresas de maduración (PRATT's, MACK, Jamaican Producers,...). Ellos venden los guineos a los supermercados (Salesbury, Mark & Spencer, Tesco...). The Soil Association, organismo inglés de certificación, regulador en el mercado orgánico, interviene en la cadena de comercialización.

- **Alemania:** Una sociedad SAVID Europa fue creada y se encarga de vender los guineos a las empresas de maduración alemana. Después, los guineos son mandados en los supermercados o en las tiendas naturalistas que desempeñan el papel más importante en la venta de los productos orgánicos en Alemania.

Los otros destinos en Europa son sobre los mercados de Italia, Reino Unido, Francia, Holanda, Suiza,...

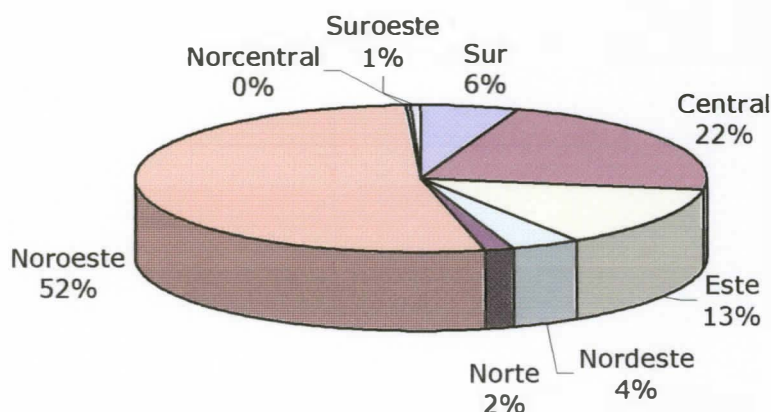
En cuanto a los otros mercados, 250 hectáreas (5 productores) son dedicados a producir para EE.UU. y 240 hectáreas (4 productores - 40 000 cajas semanales) para Japón.

♦ *Los certificadores*

Siempre según el Censo Nacional de la Industria Bananera, el 62% de las unidades productivas son certificadas por BCS-OKO Garantie, y el 24% por IMO. El 9% es inspeccionado por SKAL, mientras que el restante 5% se distribuye entre otras certificadoras. A pesar de que los productores son ligados con los exportadores, el productor es libre de elegir su agencia certificadora. No tenemos informaciones en cuanto al tamaño de las fincas certificadas.

3.3. Áreas certificadas y zonas de producción de otras frutas

Repartición de las áreas orgánicas según las regiones

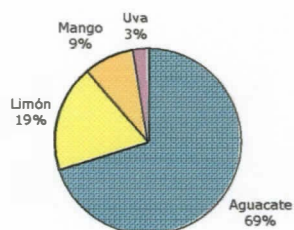


Fuente: PRODEFRUD

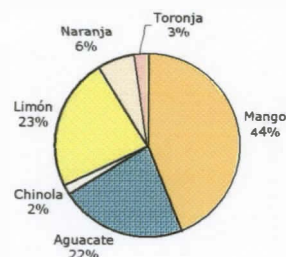
En estos diagramas son incluidas las áreas en producción y las que no son todavía entradas en producción pero que son manejadas a bajo del sistema orgánico. Estos datos fueron recolectados por los técnicos de PRODEFRUD para el inventario 2003 de las frutas orgánicas. Es posible que quepan errores o no sean completos. En efecto, parecería que el inventario no fue exhaustivo; pues hemos encontrado algunos productores que no fueron visitados y los certificadores no fueron consultados. Además, algunos productores han podido hacer una confusión entre un manejo de producción que ellos piensan orgánico y una producción realmente certificada. Entonces hay que tomar estas estadísticas con mucho cuidado, mientras que pueden darnos una idea de la realidad.

Repartición de los cultivos llamados “orgánicos” por los predios por región
Año 2003 Fuente: PRODEFRUD

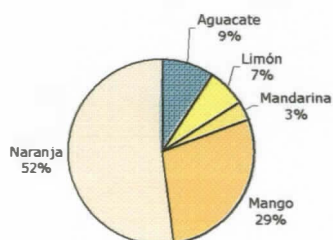
Sur áreas orgánicas totales: 69Ha



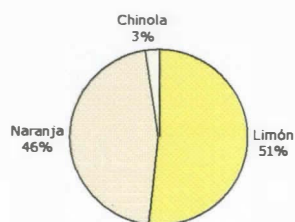
Central áreas orgánicas totales: 269,5 Ha



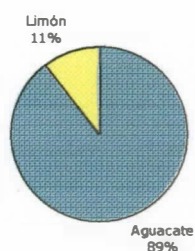
Este áreas orgánicas totales: 165Ha



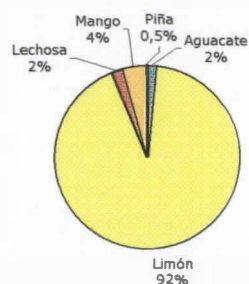
Nordeste áreas orgánicas totales: 48Ha



Norte áreas orgánicas totales: 19Ha



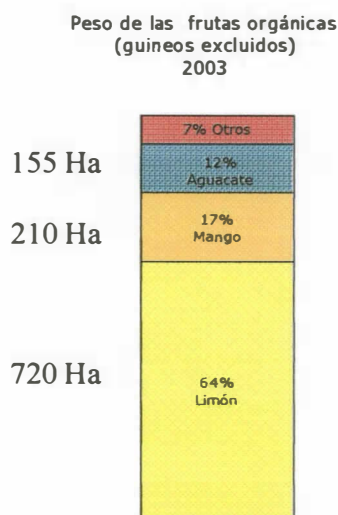
Noroeste áreas orgánicas totales: 651Ha



Norcentral áreas orgánicas totales: 3Ha
 naranja dulce y aguacate

Suroeste áreas orgánicas totales: 8 ha
 Mango

Según PRODEFRUD, las mayores zonas de producción orgánica son las **regiones Central y Suroeste** con algunas plantaciones comerciales de más de 100 hectáreas.



Fuente: PRODEFRUD

El **limón** es el primer cultivo frutal orgánico después del guineo con 932 hectáreas cuyo sólo el 36% es en producción. Es decir que las producciones de limones persas van a incrementar en los próximos años. Cabe señalar que un propietario posee el 75% de estas plantaciones en Dajabon en la región Noroeste, lo que representa 8000 tareas o sea 500 hectáreas. El cuarto está en producción.

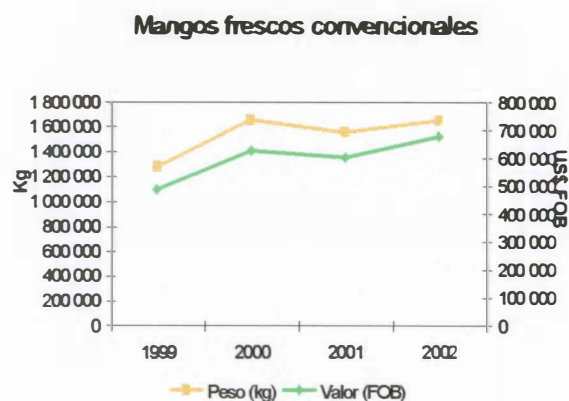
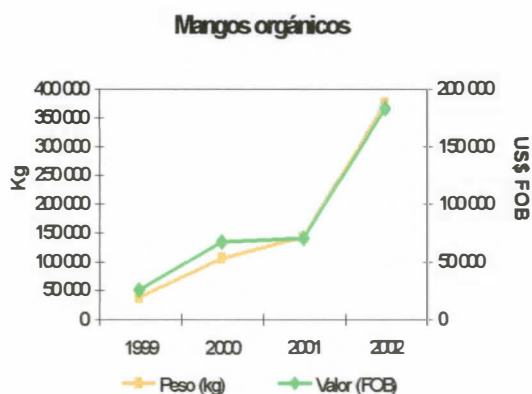
El **mango** representa el 17% de las áreas de frutales orgánicos. Se ubica en mayor parte en la región central con una finca de más de 100 hectáreas y en la región este. Como en el caso del limón son plantaciones comerciales dedicadas a la exportación.

Luego, viene el **aguacate** con unas 120 hectáreas, dentro las cuales 40 ya están produciendo.

En los otros rubros, se encuentran cítricos como mandarina, toronja y naranja, piña, lechosa, chinola y en menor medida, zapote, nispero, uva, cereza y granadillo. Excepto en el caso de algunas plantaciones de cítricos, estas frutas se hallan en plantaciones cafetaleras certificadas. Estas frutas no se exportan y pueden ser comercializadas sobre mercados locales tan en orgánico como en convencional. La región donde se encuentra más diversidad de frutas orgánicas es la región central, en las zonas cafetaleras.

3.4. Exportación de las frutas orgánicas

3.4.1. El mango orgánico

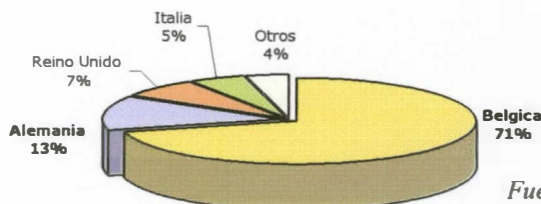


Fuente: CEI/CEDOPEX

En el 2002 los mangos orgánicos representaban casi el 21% de las exportaciones de mangos en valor FOB. Las exportaciones de mango fresco alcanzaron un volumen de 1,647 toneladas por un valor de 674,476 dólares en el año 2002.

En estos gráficos se advierte que el producto que tiene el más de dinamismo es el **mango orgánico**. Así mientras que las exportaciones de mangos frescos se mantuvieron alrededor de 1500 toneladas durante los últimos años, las exportaciones de mango orgánicos crecieron marcadamente para alcanzar **375 toneladas por un valor FOB de unos 182,000 de US\$ en 2002**. Hay que señalar que mangos frescos orgánicos disfrutan de un sobreprecio en US\$ FOB/kg de 18% respecto a los mangos frescos “convencionales”.

Exportaciones de mangos frescos orgánicos en volumen según destino (2002)



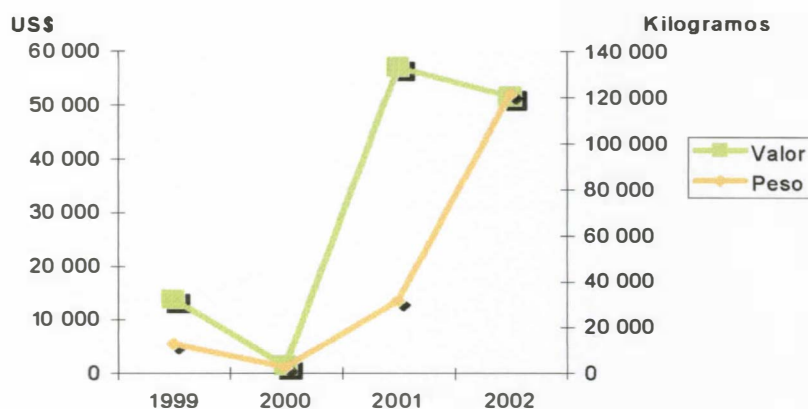
Fuente: CEI/CEDOPEX

El principal importador de mangos orgánicos dominicanos es la Bélgica, pero en término de valorización de los productos el mercado italiano aparece como lo más interesante. Así en el 2002 en Italia se encuentra un precio FOB pagado por los mangos frescos orgánicos dominicanos de casi dos veces superior al precio FOB de los mangos frescos. Sin embargo hay que tomar esta información con mucha precaución porque el 2002 fue el primer año donde los mangos frescos orgánicos dominicanos ingresaron en el mercado italiano provocando un sobreprecio quizás no realmente significativo. En cuanto al mango procesado, sólo Bon Agroindustrial exporta pulpa de mango.

3.4.2. Exportaciones de piña fresca orgánica

Al contrario de las de piña fresca convencional, las exportaciones de piña fresca orgánica registraron un dinamismo importante en los últimos años. Así entre 1999 y 2002 fueron multiplicados por diez en volumen y por cinco en valor. Pero cabe señalar que representan todavía cantidades poco importantes respecto a las convencionales (unas 120 toneladas por 50,000 US\$ en el 2002, sea el 9% de las exportaciones totales de piñas frescas).

Exportaciones de piñas frescas orgánicas

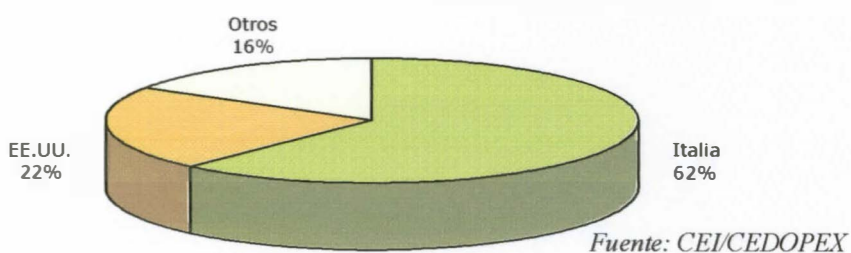


Fuente: CEI/CEDOPEX

Este gráfico arroja que el 2001 fue un año excepcional en término de valoración de las piñas orgánicas: al parecer se encontraron precios FOB promedios de 1,8 US\$/Kg. Sin embargo, en el 2002 esta tendencia se invirtió aunque el precio pagado por las piñas orgánicas fue inferior en promedio a el pagado por las piñas convencionales (0,428 US\$ FOB/Kg para las convencionales y 0,424 US\$ FOB/Kg para las orgánicas).

Sea lo que sea, durante el período de 1999 hasta 2002, las piñas orgánicas beneficiaron un sobreprecio promedio de casi un 300% respecto a las convencionales.

Exportaciones de piña fresca orgánica en valor FOB por países (2002)



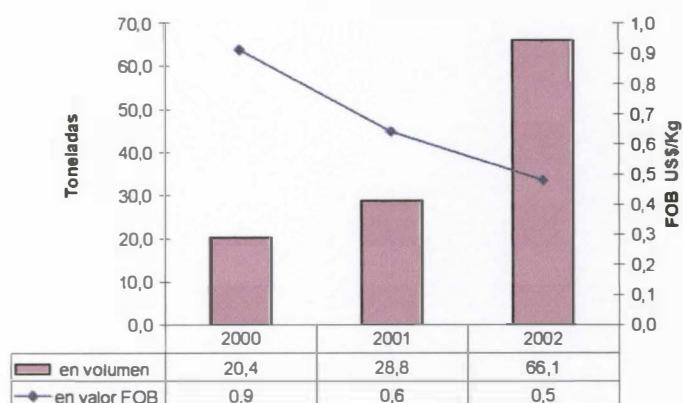
Fuente: CEI/CEDOPEX

En el 2002, igual que en el 2001, Italia fue el mayor importador de las piñas frescas orgánicas dominicanas. El segundo destino lo constituyó Estados Unidos con el 22%.

3.4.3. Exportaciones de lima persa

Las exportaciones de limas persas orgánicas empezaron en el 2000 con un débil volumen (20,4 T), por un valor FOB de 0.9 US\$/KG. En el 2002, los volúmenes exportados triplaron mientras que el valor FOB cayó a 0.5 US\$ lo que sería inferior al precio del producto convencional (datos a chequear en el futuro). Las explotaciones orgánicas dominicanas se encuentran en la provincia de Dajabon, cerca de la frontera haitiana.

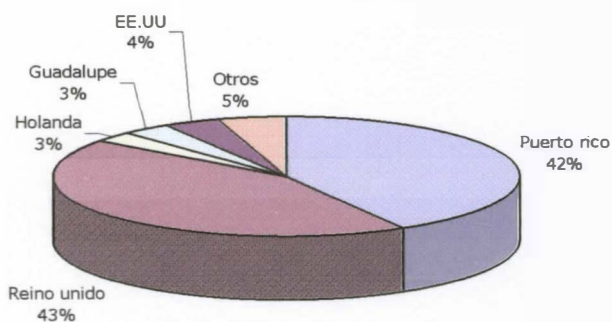
Exportaciones limones agrios orgánicos



Fuente: CEI/CEDOPEX

Después de Puerto Rico, la mayor parte de la producción orgánica se exporta hacia Europa, en el Reino Unido, primer mercado de productos orgánico.

**Países de destino de las limas persas orgánicas
Año 2002**



Fuente: CEI/CEDOPEX

3.4.4. Lechosa

El año 2002 fue el primer año donde lechosas frescas orgánicas dominicanas fueron exportadas (hacia Haití, EEUU-Canadá). Por supuesto, no representaron grandes volúmenes (8,098 Kg. por un valor FOB de 2,854 US\$ o sea 352 US\$/Tonelada), pero de seguir la aceptación de este tipo de producto sobre el mercado de EEUU-Canadá permitiría saber si la lechosa orgánica en un rubro prometido.

3.5. Los exportadores

<i>Exportador</i>	<i>Frutas orgánicas exportadas</i>
PLANTACIONES DEL NORTE, S.A.	Guineos, piñas, cocos secos, mangos
FÉNIX TRADING	Guineos, limones agrios,
SAVID S.A.	Guineos, cocos secos, mangos
CAMELIA AGROINDUSTRIAL	Guineos
CLEARFRUITS	Limones agrios
BON AGROINDUSTRIAL, S. A	Puré de mango
ALEJANDRO BERGES Y ASOCIADOS C. x A	Guineos
HORIZONTES ORGÁNICOS	Guineos, cocos secos, mangos
AGRIFRESH	¿?
BANAMA	Guineos,...
Otros...	

Conclusiones y recomendaciones:

En menos de 15 años, la producción orgánica en República Dominicana ha conocido un gran auge hasta que ahora constituye una parte significativa de las exportaciones agropecuarias dominicanas gracias a su sector bananero. En el contexto actual, las perspectivas del mercado orgánico internacional permanecen muy alentadoras refiriéndose al aumento cada vez más importante de la demanda, y a la diversidad de los alimentos orgánicos requeridos por los consumidores de los países desarrollados. Así, no sólo los guineos sino otras frutas como el mango, la piña, el limón persa y el aguacate presentan un potencial económico interesante sobre los tres mercados principales, Estados Unidos / Canadá, Europa y Japón. Además, no se puede olvidar las posibilidades que existen sobre el mercado local a pesar de su crecimiento todavía lento debido a varios factores. Es un mercado que permitiría valorizar una gama de frutas más amplias que se encuentran en estado casi silvestre en las plantaciones cafetaleras certificadas. Entonces existen varias oportunidades de mercadeo para las frutas orgánicas dominicanas.

Además, el país ya tiene algunas ventajas considerables para gozar de estas oportunidades:

- condiciones climáticas favorables para el desarrollo de la agricultura orgánica
- experiencia y reconocimiento al nivel mundial siendo el mayor exportador de guineos orgánicos
- recién implementación del Reglamento Orgánico que define las normas orgánicas de producción, transformación empaque, etiquetado, almacenamiento, transporte, comercialización, exportación e importación
- existencia de un sello nacional obligatorio
- existencia de un sector privado muy competitivo que puede servir de modelo al desarrollo de los otros rubros

Sin embargo hay frenos importantes al desarrollo de estos rubros a diferentes niveles, que sea una producción convencional o orgánica:

Producción:

- Ausencias de guías de manejo de producción orgánica específico a cada rubro

- Problemas fitosanitarios: presión creciendo de hongos como Sigatoka negra con la edad de las plantaciones bananeras, mosca de las frutas, riegos de virosis,...
- Ausencia de datos estadísticos fiables en termino de áreas certificadas, volúmenes producidos,...
- Falta de conocimientos técnicos sobre agricultura orgánica, sobre todo para proteger los cultivos contra las plagas y enfermedades

Capacitación:

- La mayoría de los agricultores no tiene acceso a informaciones de mercado (precios, fecha de salida de los barcos, etc.) y a los requerimientos de calidad específico a la producción orgánica
- Los productores no están acostumbrados y capacitados para llenar registros (sin registros no se pueden hacer controles y sin controles no se pueden cumplir con los requisitos imprescindibles para exportar) lo que es indispensable para la certificación orgánica.

Organización de la cadena de comercialización:

- Ausencia de estructuras apropiadas al manejo post cosecha y el transporte de las frutas orgánicas
- Falta de coordinación entre los numerosos intermediarios para contemplar un mercado nacional sostenible
- Ausencia de personal calificado en el manejo de las frutas orgánicas
- Poco transparencia del sector privado

Valoración de las frutas orgánicas:

→ Mercado local

- Los consumidores dominicanos no conocen el sello nacional orgánico y no son familiarizados con este tipo de producto.

- Mala presentación de las frutas en los puntos de venta que limita la demanda
- Venta de las frutas orgánicas al precio convencional por falta de calidad o ausencia de demanda
- No existen campañas de promoción de los productos orgánicos

→ Mercado internacional

- No cumplimiento del reglamento dominicano existente
- Espera de un reconocimiento internacional de este reglamento (ej Costa Rica)
- Desconocimiento de los mercados internacional del potencial de RD para otras frutas

Reglamento orgánico y certificación

- El reglamento orgánico existe pero no es reconocido al nivel nacional como internacional; entonces no permite un acceso fácil a los mercados
- Existencia legal de una unidad de control nacional pero todavía no ha sido implementada, entonces el sistema de certificación actual es dependiente de las agencias internacionales y por consecuencia los costos de certificación son elevados

Organización institucional

- Las instituciones no son bastantes involucradas en la producción orgánica, y faltan estructuras responsables de la producción orgánica
- Ausencia de un programa de desarrollo nacional de la agricultura orgánica.

Recomendaciones

◆ Elaboración e implementación de un programa nacional de apoyo a la producción orgánica con los ejes siguientes:

- investigación sobre los manejos técnicos,
- formación de técnicos especializados en el orgánico (producción, comercialización, certificación)
- capacitación y entrenamiento de los productores (cursos de normas, uso de registros, información de mercado)
- establecimiento de un inventario nacional de la producción con la ayuda de los certificadores en el sistema de unidad internacional
- sistema de información de mercado
- búsqueda de apoyo internacional (fondos, intercambios de técnicas, organismos de investigación,...)

◆ Difusión del Reglamento Orgánico a todos los actores involucrados en la cadena de producción y comercialización

◆ Solicitud de inclusión en la lista de países terceros según el reglamento (CEE)
Nº 94/92

- puesta en práctica del Reglamento Orgánico Nacional
- entrega de solicitud del país tercero a través del representante diplomático en Bruselas
- presentación de un informe técnico suplementario mencionando: el tipo y las cantidades estimadas de los productos destinados a ser exportados, informaciones sobre las normas (abonos permitidos, productos fertilizantes,...)

◆ Fortalecimiento de las relaciones entre los diferentes actores ligados en la producción, el comercio y el consumo de productos orgánicos

◆ Promocionar la agricultura orgánica al nivel internacional usando el éxito del sector bananero y al nivel nacional familiarizando los consumidores con el sello orgánico dominicano.